

Procedimento Para Seleção Interna de Agências de Publicidade e Propaganda Contratadas pelo Banco do Estado do Pará S.A – Banpará para Execução de Ação de Comunicação.

Fica instituído procedimento para seleção interna entre agências de publicidade e propaganda que já atendem ou vierem a atender futuros contratos, para a execução de ações de comunicação publicitárias de maior valor realizadas no âmbito dos contratos correntes e/ou decorrentes da presente licitação:

Será realizada concorrência para seleção interna de agência de publicidade e propaganda contratadas do Banpará, para campanhas publicitárias com investimento a partir de R\$ 100.000,00 (cem mil reais). Exceção para os casos listados a seguir:

1. Quando a ação decorrer de iniciativa de uma das agências de publicidade e for de interesse do Banco.

Nos casos em que uma das agências sugira uma ideia ou ação por iniciativa própria que seja considerada de interesse do Banpará, esta deve ser a agência a executar o trabalho, desde que tal ideia não seja para um dos briefings ou Jobs em realização por outra agência. Neste caso, se a agência desejar sugerir alguma ideia que porventura tenha surgido, será a outra agência, originalmente responsável pelo job, que executará o trabalho.

2. Quando, estrategicamente, o Banco decidir dar continuidade a campanha já existente.

Em casos em que o Banpará defina, a partir de um entendimento técnico, que uma linha criativa aprovada anteriormente deve seguir sendo explorada para obtenção dos objetivos estratégicos, a agência que originalmente concebeu a mesma prosseguirá desenvolvendo o trabalho.

3. Quando uma agência estiver com um volume de trabalho que comprometa a celeridade e entrega dos trabalhos, o Banco determinará outra agência para conduzir a ação.

4. Gestão centralizada de projetos especiais de mídia sem tema definido

Em casos de realização, manutenção ou renovação de projetos de veiculação em mídia de um mesmo veículo/grupo, a autorização do mesmo caberá à agência responsável pelo projeto em período anterior, de forma a proporcionar uma gestão centralizada e facilitar o acompanhamento dos espaços comprados.

Nos casos em que os projetos de veiculação em mídia sejam de valores superiores a R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais), o montante será dividido igualmente entre as contratadas de forma a não onerar nenhum dos contratos.

5. Experiência Temática

No caso de o trabalho abordar um tema sobre o qual a Banpará avalia tecnicamente que uma das agências possui maior experiência e domínio sobre o mesmo, está será selecionada para assumir o trabalho.

Os critérios acima poderão ser revisados com base em elementos técnicos, sendo necessária a formal anuência de todas as partes e a publicação da nova versão antes do início de sua vigência.

Para ações de comunicação com investimento inferior a R\$ 100.000,00 (cem mil reais), não haverá concorrência. A escolha da agência será feita mediante os critérios relacionados abaixo:

- a) Agência que apresente, por iniciativa própria, ação de interesse do Banco;
- b) Agência que tenha expertise em campanhas ou assuntos, conforme histórico de ações já realizadas;
- c) Agência que já tenha desenvolvida ação que necessitará de continuidade, reimpressão ou renovação; e
- d) Agência que esteja com um volume de trabalho pequeno diante da outra agência, visando dar celeridade ao processo de execução da ação.

RITO ELEMENTAR PARA CONCORRÊNCIA INTERNA

1. Será elaborado um briefing técnico pelo Núcleo de Marketing e Comunicação Institucional do Banpará contendo todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução para a(s) necessidade(s) de comunicação. Este mesmo briefing será repassado em condições iguais para as duas agências e a data de apresentação e entrega das propostas técnicas será estipulada pelo Banpará.
2. O prazo, a ordem e a forma de apresentação das propostas serão definidos pelo Banpará no momento da passagem do briefing.
3. As agências deverão apresentar e entregar o material apresentado na data estipulada, com o descritivo técnico da campanha e as peças apresentadas.
4. O prazo de avaliação e feedback será informado de acordo com a necessidade do Banpará.
5. A metodologia de avaliação das campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 0 (zero) a 10 (dez), conforme os pesos a seguir.
 - a) **Raciocínio Básico:** o grau de entendimento e compreensão do briefing (peso 1).
 - b) **Estratégia de Comunicação:** a adequação do tema e conceito propostos; a consistência da defesa técnica; a riqueza de desdobramentos que o tema e o conceito possibilitam; a contemporaneidade da proposta estratégica; a adequação da estratégia de comunicação; a consistência da defesa da estratégia de comunicação; e a adequação da estratégia de comunicação à verba disponível, de acordo com cada ação, na forma de campanha específica de comunicação publicitária (peso 2).

- c) **Ideia Criativa:** a adequação da proposta ao briefing; a interpretação favorável ao conceito da campanha; a adequação da proposta aos públicos-alvo; a originalidade e simplicidade da forma e dos elementos; a contemporaneidade da proposta criativa; a pertinência às atividades do Banpará; os desdobramentos que permite; a exequibilidade das peças; e a compatibilidade das peças aos meios propostos (peso 4).
- d) **Estratégia de Mídia e Não Mídia:** o conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos públicos-alvo; a consistência do plano simulado; a pertinência, oportunidade e economicidade no uso dos recursos próprios de comunicação; a otimização dos recursos nos meios recomendados; a criatividade em mídia e o uso estratégico de novos meios e formatos diferenciados. (peso 3).

O resultado será informado por meio de correspondência eletrônica às agências participantes e o retorno qualitativo e técnico detalhado poderá ser dado presencialmente apenas à Diretoria das mesmas.

Em caso de empate, será selecionada a agência que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Ideia Criativa, Estratégia de Mídia e Não Mídia, Estratégia de Comunicação e Raciocínio Básico. Se ainda assim o empate persistir, será selecionada a agência classificada em 1º lugar na Licitação que definiu a contratação.

Não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.